



# 360DMP 产品手册（4.6.2 版）

2019.07



# 目录

01

DMP产品概  
况

02

DMP人群介  
绍&平台使  
用指南

03

商品库使用  
指南

04

FAQ

01

DMP产品概况

01

## 数据来源

### 360海量用户产品数据

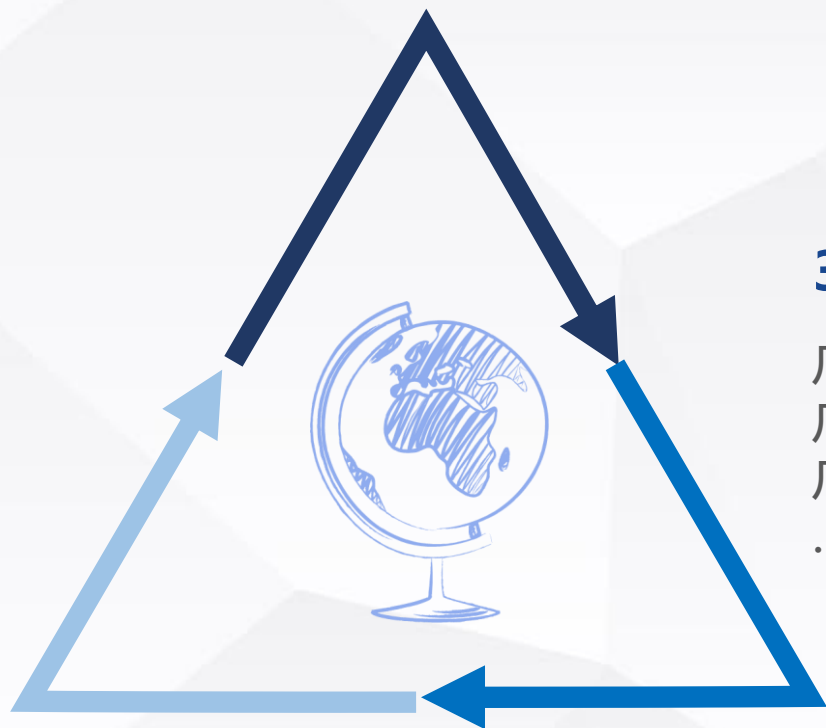
10亿手机用户  
5.39亿PC用户  
98.6%渗透率

### 360渠道投放数据

广告展现  
广告点击  
广告转化  
...

### 客户自有数据

网站访客数据  
移动用户数据  
...



01

## DMP能做什么

360 DMP汇聚多方数据源，将孤立零散的数据进行整合管理，让数据在营销推广中发挥最大的价值



**人群管家** 生成精准定向人群



**人群扩展** 扩大精准营销覆盖范围



**效果分析** 查看投放效果，指导账户优化



**人群透视** 针对已创建的人群，进行透视分析，洞察人群基本属性、兴趣偏好等特征的分布情况

01



# DMP 入口



入口一：<http://dmp.360.cn/>  
通过点睛或CRM账户联合登录

# 01

# DMP 入口

投放管理 效果评估 **实用工具**

## 投放辅助

- 撞线时间查看**  
查看计划、组、创意的撞线时间，并以此来调整您的计划预算与投放策略。
- 媒体屏蔽工具**  
屏蔽指定媒体，被屏蔽的媒体将不再展现您的广告。
- 应用版本覆盖监控**  
追踪市场最新应用版本，实时提醒版本更新，确保应用推广统计效果。

## 定向辅助

- 人群管家**  
积累曾经访问您网站的潜在客户，针对性投放广告，将其重新引导回您的网站。
- 搜索词添加工具**  
投放360手动搜索媒体包时，可线上自助添加关键词，满足定制化投放需求。

## 创意辅助

- 商品库**  
将商品信息自动拼装成广告创意，支持个性化重定向、商品推荐等多种形式的推广。
- 移动建站**  
快速建立移动推广站点，监测站点转化数据。

入口二：移动推广  
实用工具-人群管家  
推广组-360人群管家

人群: --受众描述--

不限 兴趣特征 关键词 360人群管家

自定义人群 动态创意人群

人群包名	属性	状态	用户数	全选	已选择 (0项)	状态	用户数	全部清空
还没有建立适用的人群包，请前往360DMP平台创建								

前往**人群管家**中创建更多人群

01



# DMP 入口

360点睛实效平台 | 展示广告 首页 我的账户 搜索推广 移动推广 展示广告

首页 投放管理 **实用工具** 效果评估 媒体橱窗

基础应用

- 聚美创意助手**  
高效便捷的免费创意制作工具，覆盖互联网各种广告尺寸，超过500个创意模板，让创意从此简单。
- 转化跟踪**  
您可以在此获取访客人群代码和转化回传代码。部署代码后将可以收集访客并回传后续数据。
- 360商品库**  
将商品信息自动拼装成广告创意，支持个性化重定向、场景橱窗等多种广告形式的投放，帮助您提升广告投放效果。
- 达芬奇画布**  
PMP用户量身打造的一款快速制作创意工具，无需任何设计经验，只需选择任意精美的模板，即可快速制作创意，将设计变得如此简单。

**360 DMP**

帮助您实现多方数据源的统一管理 & 整合打通，并提供丰富的维度实现人群细分，助力精准营销，提升广告效果。

入口三：展示广告  
实用工具-360DMP  
推广组-360人群管家

--人群定向--

人群选择： 不限人群投放  **360人群管家**  兴趣特征

普通重定向人群 个性化重定向人群 特征人群 拓展人群

已选择的人群 (0) 项 [全部清空](#)

查询人群名称

[点击更新](#)



02

DMP人群介绍  
&平台使用指南

02

DMP产品情况



# 01 数据市场

DMP数据市场为广大客户提供多类别、精细化的主题人群，更加便捷使用人群投放

The screenshot displays the 360 DMP Data Market interface. At the top, there is a navigation bar with '360 DMP' and several menu items: '数据市场', '人群管家', '人群透视', '效果分析', '帮助中心', and '联系我们'. A user greeting '您好, 点购广告测试' is visible on the right. Below the navigation bar, there are tabs for '移动' and 'PC', with 'PC' selected. A '我的主题人群' button with a '22' badge is in the top right. The main content area features several filter categories: '节日' (全部, 电商节, 春节), '用户意图' (全部, 金融类意图), '爱生活' (全部, 剁手族, 游戏爱好者, 旅游出行), and '财富' (全部, 消费能力, 收入水平). A '收起 ^' button is located below the filters. At the bottom right, it says '共 3 个主题人群'. Three audience cards are shown below, each with an icon, a title, a description, and a '取消' button. The first card is '借贷人群 (银行)', the second is '借贷意向人群', and the third is '借贷人群 (金融公司)'.

360 DMP 数据市场 人群管家 人群透视 效果分析 帮助中心 联系我们 您好, 点购广告测试

移动 PC 我的主题人群 22

节日: 全部 电商节 春节

用户意图: 全部 金融类意图

爱生活: 全部 剁手族 游戏爱好者 旅游出行

财富: 全部 消费能力 收入水平

收起 ^

共 3 个主题人群

**借贷人群 (银行)**  
¥ 6,000 | 2 --  
基于360大数据, 进行策略挖掘, 近期有通过银行类相似借贷特征的人

**借贷意向人群**  
¥ 6,000 | 2 --  
基于360大数据, 进行策略挖掘, 近期有借贷意向的人群

**借贷人群 (金融公司)**  
¥ 6,000 | 2,118  
基于360大数据, 进行策略挖掘, 近期有通过金融公司类相似借贷特征...

- 360数据市场, 用户可在数据市场中选择PC/移动不同类型对应的高优质人群至自己账户, 并可用于广告投放。
- 数据市场根据数据内容分为一二级类目, 点击展开/收起可以查看所有的类目, 让客户更加便捷地找到所需要的人群。



## 借贷意向人群

8,600 | ② --

基于360大数据，进行策略挖掘，近期有借贷意向的人群



收藏



## 借贷意向人群



人群类型：主题人群

所属一级类目：用户意图

所属二级类目：金融类意图

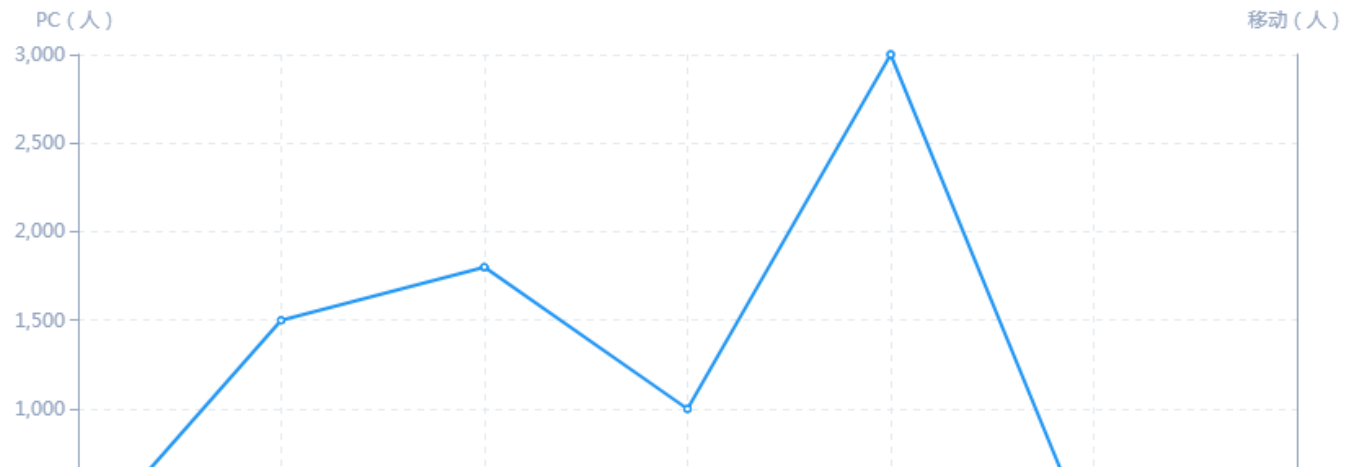
人群数

流量覆盖人数

2019-05-15 至 2019-05-21

下载报表

## 数据汇总统计



## 点击查看按钮：

- 可查看人群类型和所属的一、二级类目
- 可看到该人群当前的人群数、流量覆盖数和与之对应的网站/媒体重合度占比

## 借贷意向人群

⌕ 6,000 | 🌐 --

基于360大数据，进行策略挖掘，近期有借贷意图的人群



收藏



## 借贷意向人群

⌕ 6,000 | 🌐 --

基于360大数据，进行策略挖掘，近期有借贷意图的人群



取消

360 DMP

数据市场

人群管家

人群透视

效果分析

帮助中心

联系我们

您好，点此广告测试

移动

PC

节日：

全部

电商节

春节

用户意图：

全部

金融类意图

爱生活：

全部

剁手族

游戏爱好者

旅游出行

展开

## 借贷人群（银行）

⌕ 6,000 | 🌐 --

基于360大数据，进行策略挖掘，近期有通过银行类相似借贷特征的人...



取消

## 借贷意向人群

⌕ 6,000 | 🌐 --

基于360大数据，进行策略挖掘，近期有借贷意图的人群



取消

## 已选择主题人群



借贷意向人群

量群：6,000

取消



人群4

量群：0

取消



人群2

量群：0

取消



借贷人群（银行）

量群：6,000

取消

共 23 个主题人群

查看详情

## 点击收藏按钮：

- 表示将该主题人群添加到人群管家中，可在右侧看到所收藏的人群，同时该人群也展示在了人群管家的主题人群中。

## 点击取消按钮：

- 可实时取消人群，但当人群已经关联了点睛推广组进行广告投放时，人群不可取消，只有在点睛推广组中解除关联关系后才可在此处取消该人群

# 02

# 数据市场

**借贷意向人群**  
⌕ 6,000 | 👁 --  
基于360大数据，进行策略挖掘，近期有借贷意图的人群

 **收藏**



**借贷意向人群**  
⌕ 6,000 | 👁 --  
基于360大数据，进行策略挖掘，近期有借贷意图的人群

 **取消**



**360 DMP** 数据市场 人群管家 人群透视 效果分析 帮助中心 联系我们 您好，点购广告测试

移动 PC

节日： 全部 电商节 春节

用户意图： 全部 **金融类意图**

爱生活： 全部 剁手族 游戏爱好者 旅游出行

展开

**借贷意向人群**  
⌕ 6,000 | 👁 --  
基于360大数据，进行策略挖掘，近期有通过银行类似借贷特征的人...

 **取消**

**借贷意向人群**  
⌕ 6,000 | 👁 --  
基于360大数据，进行策略挖掘，近期有借贷意图的人群

 **取消**

已选择主题人群

-  借贷意向人群 量群：6,000 取消
-  人群4 量群：0 取消
-  人群2 量群：0 取消
-  借贷人群（银行） 量群：6,000 取消

共 23 个主题人群

**查看详情**

**借贷意向人群**  
⌕ 6,000 | 👁 --  
基于360大数据，进行策略挖掘，近期有借贷意图的人群

 **取消**

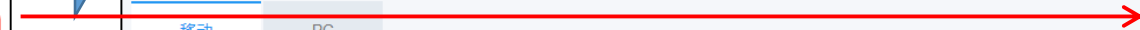
我的主题人群 23

已选择主题人群

-  借贷意向人群 量群：6,000 取消
-  人群4 量群：0 取消
-  人群2 量群：0 取消
-  借贷人群（银行） 量群：6,000 取消

共 23 个主题人群

**查看详情**



02

DMP产品情况



## 02 人群管家

十余种维度的人群包建立为用户提供多方位的人群创建方式



客户可自行创建的人群：  
包括访问URL、搜索关键词、PC软件、移动APP、特征标签、LBS、广告点击等多种人群



DMP系统根据360大数据挖掘出符合需求的人群，以及根据客户特殊需求定制的人群



可将某客户账号下人群一键分享给另一客户，需保证两客户为同一主体公司



由DMP打造的数据市场，为客户提供全方位、多类别的主题人群，客户通过在数据市场选择适合自己的人群进行投放



01

PART

## 自定义人群

自定义人群是客户可以直接操作并创建的人群，包括通过URL、关键词、PC软件、移动APP、特征标签、地理位置和广告点击的人群

02



## 人群管家-自定义人群一览表

访问URL人群

PC软件人群

移动APP人群

LBS人群

搜索关键词  
人群

广告点击人群

广告转化人群

文件上传人群

API上传人群

特征标签人群

人群组合

温馨提示：21：00之后新建的DMP人群无法在次日用于广告投放

投放产品线 ?

PC展示广告  移动广告 (跨屏) ?

访问行为

+ 添加行为 ?

1 访问过 模糊匹配 URL 必须包含主域, 仅限输入\*代表通配符 访问次数: 1 前

数据范围

\*最近: 最多支持90天... 天内, 具备如上访问行为的人群

保存人群

\*人群库名称: 请输入人群库名称

保存 取消

## 投放产品线：

- 默认选择“PC展示广告”，如需用于移动广告投放，DMP会进行PC与移动用户的跨屏打通，可能有部分比例的数据丢失。若PC人群数较少，可能出现移动人群数为0的情况，可通过放宽人群规则解决此问题

## 访问行为

- **模糊匹配**：系统将为客户收集包含主域及其子域名页面的访问人群。  
示例：www.game1.cn/ms/we/，系统将收集：  
www.a.game1.cn/ms/we/123、  
www.b.game1.cn/ms/we/456 页面的人群
- **精确匹配**：系统仅收集主域页面的访问人群。  
示例：www.game1.cn/ms/we/，系统将只收集：  
www.game1.cn/ms/we/123、  
www.game1.cn/ms/we/567 页面的人群
- **多条件组合关系说明**：多条件组合关系说明：“和”关系最多可添加5个，“或”关系最多可添加20个，“未访问过”条件只能以“和”关系组合



## 自定义人群-PC软件人群

基于用户电脑中是否安装某些软件创建规则收集人群

- 系统罗列出软件安装列表，在输入框中选择需要添加的PC软件，保存即可

投放产品线

PC展示广告  移动广告(跨屏)

软件安装列表

输入要搜索的内容

- Snow Viewer
- 商店会员进销存软件
- TQ在线客服
- WPS Office
- HP LaserJet Pro M402-M403
- SuperJPG
- 奇迹暖暖电脑版

已添加 0 个(最多可添加200个)

软件组合关系： "或"关系  "和"关系

数据范围

\*最近： 天内，安装过如上PC软件的人群

保存人群

\*人群库名称：

# 02

## 自定义人群-移动APP人群

基于用户移动设备中是否下载/安装某些APP创建规则收集人群

### 当选择限定APP为“我推广的APP”时：

- APP条件类型包括：“下载未安装”、“安装未激活”、“已激活”、“已安装”
- 当选择为“已激活”时，可以支持频次限定，频次天数应<收集天数



限定APP范围

我推广的APP  全部APP

APP规则

规则一

输入要搜索的内容

- 有声故事屋
- Used Cars Malaysia
- 跟我说
- 手绘画板
- 行政端管理
- 聚龙潭景区
- Jaworzno旅游
- Speaker In Calls

已添加 0 个(最多可添加100个) 全部清空

APP条件类型 **已激活**

软件组合关系:  "或"关系  "和"关系

并且 [新增一条规则](#)

数据范围

\*最近: 最多支持180天 天内, 有 **需小于最近天数** 天以上打开如上App人群

### 限定APP范围

我推广的APP  全部APP

### APP规则

我推广的APP: 360浏览器

APP条件类型: **已激活**

### 数据范围

\*最近: 最多支持180天 天内, 有 **需小于最近天数** 天以上打开如上App人群

### 当选择限定APP“全部APP”时：

- APP条件类型包括：“已下载”、“已安装”、“已激活”
- 人群量级：“已下载” > “已安装” > “已激活”
- 当选择为“已激活”时，可以支持频次限定，频次天数应<收集天数





- **适合客户：**受众的特征比较明确，适合快消、餐饮等
- **数据来源：**360地图
- **位置定位：**搜索，标记，批量输入地址

### 人群包括：

- 在这里居住/工作的人：过去30天内出现在此区域15天及以上的人
- 到这里旅行的人：7天前不在此区域（最长回溯30天），但过去7天内出现在此区域1次及以上的人
- 近7天这里的所有人：过去7天内出现在此区域1次及以上的人
- 近30天这里的所有人：过去30天内出现在此区域1次及以上的

### 当选择“自定义”时：

- 可通过搜索位置，标记位置和批量输入地址来完成定位
- 区域可选范围在0.1-5公里不等
- 输入地址个数上线为500

投放产品线 ?

移动广告

区域选择

自定义  省、市  商圈

搜索位置 标记位置 批量输入地址

北京市 北京市 搜索地点



投放产品线 ?

移动广告

区域选择

自定义  省、市  商圈

选择省市 (34个省级行政区, 包含港澳台) 已添加 0 个(最多可添加20个) 全部清空

北京市  
天津市  
河北省  
山西省  
太原市  
大同市  
阳泉市  
长治市

### 当选择“省，市”时：

- 可以以省-市为单位进行地域选择

投放产品线 ?

移动广告

区域选择

自定义  省、市  商圈

北京市 北京市 输入要搜索的内容 搜索

已添加 2 个(最多可添加20个) 全部清空

全选

王府井 ×

卢沟桥

前门

中关村

望京 ×

### 当选择“商圈”时：

- 可以选择不同省市的商圈



## 自定义人群-搜索关键词人群

基于用户搜索关键词的行为创建规则收集人群

投放产品线 ?

PC展示广告  移动广告 ?

搜索行为

检测到您的帐号在投放点睛搜索广告，您可以将点睛搜索广告中投放的关键词同步过来

选择一个推广组：

一键同步

精确匹配 ?  短语匹配 ?  广泛匹配 ?

1

! 每行输入一个搜索词，每个搜索词在2~40个字符之间，精确，短语和广泛匹配均可最多输入5000个关键词。



**精确匹配**：仅当用户搜索内容与关键词完全一样时才可以匹配

- 示例：关键词“女装”，仅当用户搜索女装时匹配，女装热卖不可匹配



**短语匹配**：包含精确匹配，同时包含该关键词及该关键词插入颠倒形态的短语，并支持同义词匹配

- 示例：关键词“培训”，搜索“英语培训”、“教育培训”时均可匹配



**广泛匹配**：多形式捕获更多人群

- 示例：关键词鲜花快递
  - 同义近义词：“鲜花速递”
  - 相关词：北京鲜花快运，同城鲜花速递
  - 变体形式：鲜花 快递，北京 快递 鲜花（空格、语序颠倒等）
  - 完全包含关键词的短语：情人节 鲜花快递（语序不能颠倒）



# 02



## 自定义人群-搜索关键词人群

基于用户搜索关键词的行为创建规则收集人群

投放产品线 ?

PC展示广告  移动广告 ?

搜索行为

检测到您的帐号在投放点睛搜索广告，您可以将点睛搜索广告中投放的关键词同步过来

选择一个推广组：

一键同步

精确匹配 ?  短语匹配 ?  广泛匹配 ?

1

- 当选择为“PC展示广告”，且系统检测到帐号在投放点睛搜索广告时，可一键同步推广组中的关键词；并可通过精确/短语/广泛匹配输入关键词
- 最多可输入5000个关键词

- 当选择为“移动广告”，且系统检测到帐号在点睛移动广告中提交过推广app，系统会据此生成智能推荐词包，可一键导入；并可通过精确/广泛输入关键词
- 最多可输入5000个关键词

投放产品线 ?

PC展示广告  移动广告 ?

搜索行为

精确匹配 ?  广泛匹配 ?

检测到您已经在点睛移动广告中提交过推广app，系统据此为您生成了智能推荐词包，您可以：

一键导入词包

1

# 02

## 自定义人群-广告点击人群

基于用户是否点击过点睛广告的行为创建规则收集人群

投放产品线 ?

PC展示广告  移动广告

选择维度

不限  推广计划

数据范围

\*最近:  天内, 点击过如上推广活动广告的人群

保存人群

\*人群库名称:

添加推广活动

营销平台:  点睛搜索广告  点睛展示广告

选择维度

不限  推广计划

数据范围

\*最近:

保存人群

\*人群库名称:

输入要搜索的内容

推广计划列表

- 360自有DSP功能
- DSP计划需求
- 多多展示广告
- wgyceshi
- 点睛导入\_S1\*HZ-自学五月(短...
- 点睛导入\_吴比继续测试
- 点睛导入\_推出去12
- 111111
- 点睛导入\_S1\*HZ-自学五月(短...
- 360自有DSP功能11
- 360自有DSP功能1234
- 123

已选推广活动

- 3421新增的测试计划341

当选择“PC展示广告”时：

客户需在点睛搜索广告和点睛展示广告中选择所需广告计划，从而创建人群

## 自定义人群-广告点击人群

基于用户是否点击过点睛广告的行为创建规则收集人群

投放产品线 ?

PC展示广告  移动广告

选择维度

不限  推广计划

[+ 添加推广计划](#)

数据范围

\* 最近:  天内, 点击过如上推广活动广告的人群

保存人群

\* 人群库名称:

[保存](#) [取消](#)

添加推广活动

营销平台:  点睛移动推广

输入要搜索的内容

推广计划列表

- 布尔合并\_推广组高级设置\_勿删改
- 布尔合并\_创意\_勿删改
- 布尔合并\_推广组设备定向\_勿删改
- 布尔合并\_推广组媒体定向\_勿删改
- 布尔合并\_推广组地域定向\_勿删改
- 布尔合并\_推广组交易市场\_勿删改
- 布尔合并\_计划名字测试1234567...
- 布尔合并\_计划投放日期\_勿删改
- 布尔合并\_计划投放时间段\_勿删改
- 布尔合并\_计划预算\_勿删改
- 布尔合并\_计划预算分配\_勿删改
- 布尔合并\_android下载\_勿删改

已选推广活动 [全部清空](#)

- 布尔合并\_创意\_勿删改
- 布尔合并\_推广组高级设置\_勿删改

[确认修改](#)

### 当选择“移动广告”时：

搜索维度：选择“不限”，代表广告主所有推广活动的点击数据都会用来创建人群；选择“推广计划”，可在点睛移动广告中选择所需广告计划，从而创建人群

显示在界面的推广计划包含：当前投放的RTB+PMP、之前投放过后来被删除（60天以内）的计划；不包含当前展点消为0的计划



## 自定义人群-广告转化人群

基于用户在点睛平台上的广告转化行为创建规则收集人群

投放产品线 ?

PC展示广告  移动广告

选择维度

不限  推广计划

请至少选择一个推广计划

数据范围

\* 最近:  天内, 点击过如上推广活动广告的人群

保存人群

\* 人群库名称:

投放产品线 ?

PC展示广告  移动广告

选择维度

不限  推广计划

数据范围

\* 最近:

保存人群

\* 人群库名称:

添加推广计划

营销平台:  点睛展示广告

输入要搜索的内容

选择标签

360自有DSP功能	→
DSP计划需求	→
多多展示广告	→
wgyceshi	→
点睛导入_S1*HZ-自学五月(短...	→
点睛导入_吴比继续测试	→
点睛导入_推出去12	→
111111	→
点睛导入_S1*HZ-自学五月(短...	→
360自有DSP功能11	→
360自有DSP功能1234	→
123	→

已选 2 个(最多可选200个标签)

多多展示广告	×
DSP计划需求	×

### 当选择“PC展示广告”时：

搜索维度：选择“不限”，代表广告主所有推广活动的转化数据都会用来创建人群；选择“推广计划”，可在点睛展示广告中选择所需广告计划，从而创建人群，计划上限200个

显示在界面的推广计划包含：1.有转化数据的计划；2.有回传的转化数据但在最近60天内被删除的计划



## 自定义人群-广告转化人群

基于用户在点睛平台上的广告转化行为创建规则收集人群

投放产品线 ?

PC展示广告  移动广告

---

选择维度

不限  推广计划

+ 添加推广计划 请至少选择一个推广计划

---

数据范围

\* 最近:  天内, 点击过如上推广活动广告的人群

---

保存人群

\* 人群库名称:

保存 取消

投放产品线 ?

PC展示广告  移动广告

选择维度

不限  推广计划

数据范围

\* 最近:

保存人群

\* 人群库名称:

保存 取消

添加推广计划

营销平台:  点睛移动推广

输入要搜索的内容

选择标签

- 布尔合并\_推广组高级设置\_勿删改
- 互动广告-计划9z2
- 互动广告-计划91u
- 动态安卓测试ckl
- xuan\_动态创意\_勿删1
- PMP
- ckl\_pmp\_0227
- pmp\_ckl<>
- 截图
- 移动PMP测试
- 截图屏幕屏幕
- ...

已选 2 个(最多可选200个标签) 全部清空

- xuan\_动态创意\_勿删1
- 互动广告-计划9z2

确认修改

### 当选择“移动广告”时：

搜索维度：选择“不限”，代表广告主所有推广活动的转化数据都会用来创建人群；选择“推广计划”，可在点睛移动广告中选择所需广告计划，从而创建人群，计划上限200个

显示在界面的推广计划包含：1.有转化数据的计划；2.有回传的转化数据但在最近60天内被删除的计划

可以通过文件上传人群包功能，将您的私有人群上传到DMP并同步到360点睛投放平台

## 数据类型

imei\_MD5  imei  idfa\_MD5  idfa  手机号\_MD5  手机号  MAC地址

## 导入文件

## 说明

- 1.支持txt和压缩成ZIP（压缩包里只能有一个txt文件）的txt文件，最大100M；
- 2.txt格式：每行一个ID, 无效数据将被系统忽略；ID支持大写及小写格式。
- 3.imei/idfa 数据上传完成后当日生效用于投放；手机号、mac地址数据上传完成后，次日生效用于投放，显示的人群数为系统匹配后的imei数量。
- 4.各数据类型说明及示例：

ID类型	规范格式	示例
imei	14位或15位数字	868331011992179
idfa	{8位数字和字母组合}-{4位}-{4位}-{12位}	68753A44-4D6F-1226-9C60-0050E4C00067
imei ( idfa )_MD5	32位数字或字母	0000736f1598b1b94482b3971b5e8ccc
手机号	11位数字	1334567888
MAC地址	手机/电脑/路由器的网卡物理地址。一般为12位数字加大小写字母组合：{XX}:{XX}:{XX}:{XX}:{XX}:{XX},分隔符为“:”	00:08:22:1c:5e:fe

选择本地文件：

上传文件

## 文件包上传人群包

## 数据类型

Android : imei , imei\_MD5

IOS : idfa , idfa\_MD5

设备：手机号，手机号\_MD5，MAC地址

## 文件格式说明

- 支持txt和压缩成ZIP（压缩包里只能有一个txt文件）的txt文件，最大100M；
- txt格式：每行一个ID, 无效数据将被系统忽略

## 注意

- mei/idfa 数据上传完成后当日生效用于投放；手机号、mac地址数据上传完成后，次日生效用于投放，显示的人群数为系统匹配后的imei数量
- 上传imei\_MD5时，大小写均可

## 自定义人群-API上传人群

可以通过API接口人群包功能，将您的私有的人群上传到DMP并同步到360点睛投放平台



### SDK代码

SDK组件帮助您更加简单、快捷地实现向360DMP的数据推送，您可以[查看代码示例](#)或者直接[下载SDK](#)



### 数据联调

当您按规定的数据个数准备好数据后，可以发送邮件至[dmp@360.cn](mailto:dmp@360.cn)与我们联系，进行数据联调测试。



### 数据上传

如果您已经通过数据联调测试，验证数据格式无误，确定数据能够满足投放需求，可进行正式上传。

### 申请权限

调用360DMP的API接口上传数据需要密钥，首先请申请密钥

默认情况下API接口允许调用频次及上传数据限制为10万，如不能满足数据传输需求，请发送邮件至[dmp@360.cn](mailto:dmp@360.cn)与我们联系

[立即申请](#)

### 技术文档



360DMP用户数据上传对接API文档(V0.6)



360DMP用户商品访问行为数据字典说明文档(V0.5)

## API上传人群包

如客户需要对接的人群较多、规模较大、会频繁更新人群数据的时候，建议通过API对接的方式与360DMP进行数据对接

提出合作意向

商定数据对接内容并  
签订数据保密协议

客户将定义好的人群  
数据传递给DMP

## 自定义人群-特征标签人群

基于用户的基本属性如性别、年龄，以及兴趣爱好，例如购物兴趣、移动APP兴趣等标签规则收集人群

投放产品线

PC展示广告  移动广告

---

基本属性

性别： 不限  男性  女性

年龄： 不限  年龄指定  
 <19  19-24  25-34  35-49  >=50

学历： 不限  学历指定  
 初中以下  高中  大学  研究生以上

消费能力： 不限  消费能力指定  
 低  较低  中  较高  高

职业： 不限  职业指定  
 学生  公司员工  公司经理  公务员  机构组织  个体经营  自由职业  工人  农民  文化娱乐体育行业

---

兴趣特征

购物兴趣

箱包  修改标签

行业兴趣

学习教育  修改标签

品牌偏好

阿尔法·罗密欧 护肤彩妆  修改标签

兴趣组合关系： "或"关系  "和"关系

- **适合客户：**受众的特征明显且集中（典型行业：游戏、母婴、电商、军事）

当选择“PC展示广告”时，

- **基本属性**包括性别、年龄、学历、消费能力和职业
- **兴趣特征**包含：
  - 购物兴趣，细分到3级标签
  - 行业兴趣，细分到2级标签
  - 品牌爱好，细分到2级标签
- **兴趣组合**关系：
  - 或关系：收集到的人群只需满足其中一个标签
  - 和关系：收集到的人群需满足所有标签



## 自定义人群-特征标签人群

基于用户的基本属性如性别、年龄，以及兴趣爱好，例如购物兴趣、移动APP兴趣等标签规则收集人群

投放产品线

PC展示广告  移动广告

基本属性

性别： 不限  男性  女性

阶段： 不限  年龄指定  人生阶段指定

中小學生  大學生  留學  婚戀  新婚  孕產  育兒  買車  有車  家裝

兴趣特征

▣ 移动应用兴趣

游戏app

修改标签

📱 生活达人

动漫宅

爱宠一族

修改标签

🛒 购物兴趣

箱包

修改标签

兴趣组合关系： “或”关系  “和”关系

当选择“移动广告”时，

- 基本属性包括：
  - 性别和阶段，阶段中年龄指定和人生阶段只能选择一个
- 兴趣特征包含：
  - 移动应用兴趣，细分到3级标签
  - 生活达人，目前只有1级标签
  - 购物兴趣，细分到3级标签
- 兴趣组合关系：
  - 或关系：收集到的人群只需满足其中一个标签
  - 和关系：收集到的人群需满足所有标签

## 自定义人群-人群组合

对已有人群进行交并差运算得到组合人群。可用于常规定向和动态创意投放

投放产品线 ?

PC展示广告  移动广告

---

投放方式 ?

常规定向  动态创意

---

人群组1 ?

---

**并且**

人群组2 ?

---

**排除**

人群组3 ?

---

数据范围

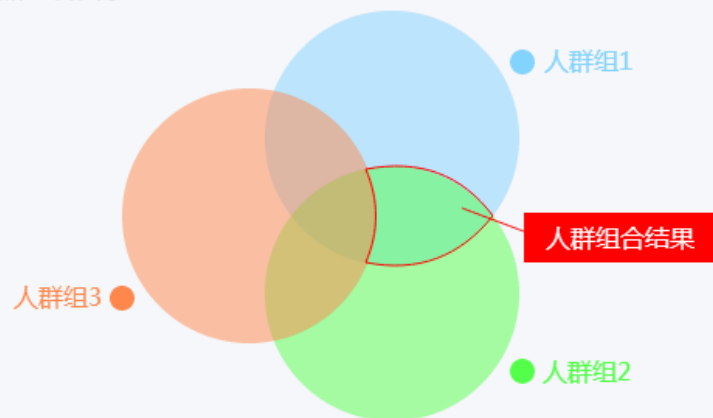
\*最近:  天内, 通过API上传的人群

---

保存人群

\*人群库名称:

人群组合图示：



- **产品投放线：**支持PC和移动投放
- **投放方式：**支持常规定向投放和动态创意
- **人群组设置：**
  1. 用户可以设置三个人群组，同一个人群组内个人群之间为并集关系；不同人群组之间的关系为  $\text{人群组1} \cap \text{人群组2} - \text{人群组3}$
  2. 每个人群组最多可以选择五个不同的人群
  3. 当投放方式选择为动态创意时，人群组1只能添加一个人群，且所添加的人群类型只能为个性化重定向人群和API上传的私有人群
  4. 人群组1需至少添加一个人群包
  5. 符合人群组合的类型详见备注

02

PART

## 智能人群

DMP智能推荐人群包括系统推荐人群、个性化重定向人群、优选人群和扩展人群。是基于客户所属行业同类客户的推广经验，以及结合客户自身账户推广过的广告落地页、关键词、APP等情况定制的人群



### 个性化重定向人群

基于用户历史行为，分析出用户的购物兴趣和商品偏好，并从您上传的商品库中匹配用户最感兴趣的用于动态创意广告投放



### 扩展人群

基于种子用户的一些共性特征，利用数据挖掘技术找到全网具有相似特征的人群



### 优选人群

基于用户访问网站的行为，利用数据挖掘技术将高商业价值用户挖掘出来，此功能仅在网站布码的前提下生效



### 智能推荐人群

基于您所属行业同类客户的推广经验，结合您的推广情况为您量身定制的人群



移动  
潜在  
受众**适用客户**

所有客户

**数据来源**

同类APP活跃用户、近期有搜索客户APP行为但未下载的人、近期下载客户类似APP的人

**注意**

移动潜在受众只向账户中绑定了APP的广告主开放，如果账户中未绑定APP则无法生成潜在受众

**适用客户**

所有客户

**数据来源**

同类网站活跃用户、近期到达客户网站但不活跃的人、其他可能对客户网站感兴趣的人

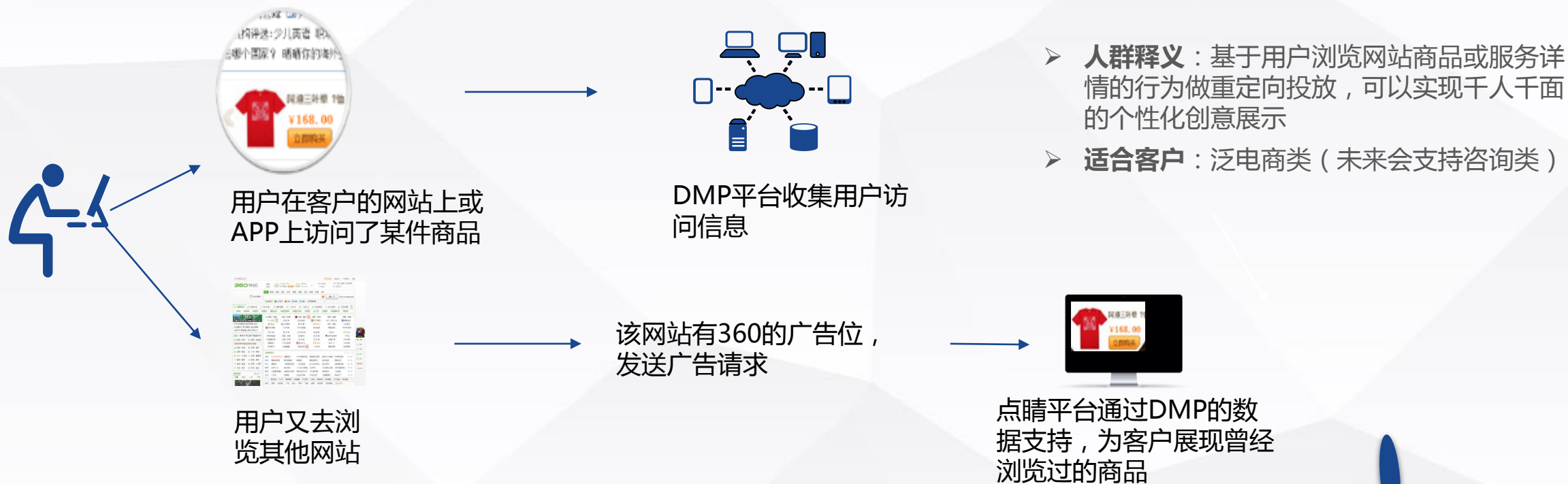
**注意**

PC潜在受众需要广告主在点睛平台中正确设置自己的主域，如果未设置主域或者设置错误可能导致无法计算人群

PC  
潜在  
受众

## 自定义人群-个性化重定向人群

基于用户对商品的访问/购买/加购物车等行为规则收集人群



### 数据来源：

- 广告主在自己官网等相关网站部署JS代码，通过代码回传的访问行为数据收集人群（PC）；
- 广告主将用户访问行为数据通过API接口的方式传给360 DMP（移动）；
- 广告主上传商品信息，360运用精准跨屏技术帮助广告主寻找潜在受众（移动）；

Tips：个性化重定向人群12点之前创建，次日可计算出人群数，否则需延长一天。

## 自定义人群-个性化重定向人群

基于用户对商品的访问/购买/加入购物车等行为规则收集人群

投放产品线

PC展示广告  移动广告

---

商品行业

电商行业

---

数据源选择

360分析布码数据  全网商品智能数据源

---

访问行为

1 访问过 模糊  访问次数: 1  网页 url 必填

---

访问商品类目

---

访问商品品牌

---

访问商品价格

最高价格:  元

最低价格:  元

---

购买意愿

不限  浏览  加入购物车

用户下单后不在向他投放已下单产品



### 当选择“PC展示广告”时：

- 商品行业：电商行业（后续会有扩充）
- 数据源选择【360分析布码数据】：即网站已部署360分析完整代码，利用代码回传的数据生成的人



### 访问行为：

- 模糊匹配：系统将为客户收集包含主域及其子域名页面的访问人群。
- 精确匹配：系统仅收集主域页面的访问人群。
- 多条件组合关系说明：“和”关系最多可添加5个，“或”关系最多可添加20个，“未访问过”条件只能以“和”关系组合



### 注意：（PC个性化重定向人群满足条件）

- 1.客户网站成功部署了360分析基础流量代码
- 2.客户网站成功部署了360分析商品回传代码
- 3.客户在360 DMP商品库正确上传了商品



## 自定义人群-个性化重定向人群

基于用户对商品的访问/购买/加入购物车等行为规则收集人群

投放产品线 ?

PC展示广告  移动广告

---

商品行业

电商行业 ▼

---

数据源选择

360分析布码数据 ?  全网商品智能数据源 ?

---

数据范围

\*最近:  天内, 对如上商品感兴趣的人群

---

保存人群

\*人群库名称:



### 当选择“PC展示广告”时：

- 商品行业：电商行业（后续会有扩充）
- 数据源选择【全网商品智能数据源】：即根据客户商品详情页的信息，系统自动计算出访问过这些商品的人群



### 适用人群：

1. 针对想要使用动态创意且不能部码360分析的客户使用
2. 需上传商品库信息，且商品地址主域为大型电商网站



### 注意：

- 【全网商品智能数据源】需申请才能开通，请联系相应的营销顾问或代理支持
- 该人群从创建日开始收集，因此人群呈现增长趋势，到达指定时间段后，趋于平稳

## 自定义人群-个性化重定向人群

基于用户对商品的访问/购买/加购物车等行为规则收集人群

投放产品线 ?

PC展示广告  移动广告

---

商品行业

电商行业

---

数据源选择

360跨屏数据 ?  API对接私有数据 ?  360全网数据 ?

---

商品选择

+ 添加feed (不选表示不限)

---

选择商品特征 ? : price | 商品价格 添加

投放产品线 ?

PC展示广告  移动广告

---

商品行业

电商行业

---

数据源选择

360跨屏数据 ?  API对接私有数据 ?  360全网数据 ?

---

私有个性化人群数据包

4567(545898) 修改数据包

---

商品选择

手动上传 修改feed (不选表示不限)

---

选择商品特征 ? : price | 商品价格 添加

投放产品线 ?

PC展示广告  移动广告

---

商品行业

电商行业

---

数据源选择

360跨屏数据 ?  API对接私有数据 ?  360全网数据 ?

---

商品选择

手动上传 修改feed (不选表示不限)

---

选择商品特征 ? : price | 商品价格 添加

### 当选择“移动广告”时：

➤ 商品行业包含“电商行业”、“旅游-酒店行业”、“旅游-机票行业”

### 三种数据源：

- 360跨屏数据：收集在PC上浏览过您的商品的用户进行人群计算。
- API对接私有数据：只使用您通过API上传的私有数据进行人群计算。
- 360全网数据：收集浏览过您同类商品的用户进行人群计算



## 自定义人群-个性化重定向人群

基于用户对商品的访问/购买/加入购物车等行为规则收集人群

### 数据源选择

360跨屏数据  API对接私有数据  360全网数据

### 商品选择

添加feed (不选表示不限)

选择商品特征

price | 商品价格

添加

### 人群释义 (360跨屏数据) :

- 运用360大数据帮助广告主寻找在PC上浏览过广告主PC站商品的人并将其跨屏至移动端,可通过360移动流量向其展现广告主的对应商品。

### 适合客户 :

- 提供了商品库的客户

### 注意 : (若选择360跨屏数据时)

- 如需使用此功能,广告主必须上传完整的商品库,且保证商品库中有PC商品地址、移动deeplink链接和H5页面
- 如广告主的商品在PC端浏览量过小或者无浏览量,使用此功能时可能无法计算出人群。
- 此功能会找到一些尚未安装广告主APP的用户,因此建议提前告知广告主需做好如下渠道的监测:H5页面、H5页面指向的下载页、deeplink链接

## 自定义人群-个性化重定向人群

基于用户对商品的访问/购买/加购物车等行为规则收集人群

### 商品选择

**手动上传** **修改feed (不选表示不限)**

选择商品特征 ? :  **添加**

---

#### 商品价格

---

#### 类目

**五金/工具** **修改类目**

---

#### 收藏人数

### 选择feed, 最多添加100个feed

选择标签  **全部清空**

已选 1 个(最多可选100个标签)

**确认修改**

- **商品包选择：**  
手动上传-最多添加100个feed，可选的标签来自于已对接的商品库
- **选择商品特征：**
  - 1.可选择添加商品特征条件，最多可添加5条。
  - 2.不添加商品特征条件表示不对商品特征做限制。
  - 3.所有商品特征之间取交集，目前最多支持添加五个商品特征。

## 自定义人群-个性化重定向人群

基于用户对商品的访问/购买/加购物车等行为规则收集人群

数据源选择

360跨屏数据  API对接私有数据  360全网数据

私有个性化人群数据包

4567(545898) 修改数据包

商品选择

手动上传 修改feed (不选表示不限)

选择商品特征 : category | 类目 添加

商品价格

等于 100

类目

➤ **人群释义 (API对接私有数据) :**  
根据客户提供的商品库，帮客户找到移动端浏览商品的人群

➤ **适合客户 :**  
提供了商品库的客户，支持电商、旅游-酒店、旅游-机票三个行业

### 注意：(选择API对接私有数据时)

- 可根据feed来筛选商品据feed来筛选商品
- 支持选择商品的价格、库存等条件，但是请注意，如果选择库存，那么商品库信息中必须包括库存数量的字段信息

举例：广告主A只投放有库存的商品，则选择库存数量大于0

- 数据范围，最多支持60天，请填写大于1的自然数

## 自定义人群-个性化重定向人群

基于用户对商品的访问/购买/加入购物车等行为规则收集人群



- 仅在选择数据源为“API对接私有数据”会出现选择私有个性化人群数据包的选项。
- **注意：**只有客户上传过api数据包，在标签选择栏中才会出现对应的选项，可对多个数据包取交集或者并集。

## 自定义人群-个性化重定向人群

基于用户对商品的访问/购买/加入购物车等行为规则收集人群

数据源选择

360跨屏数据  API对接私有数据  360全网数据

商品选择

手动上传

选择商品特征 : brand | 品牌

商品价格

等于 100

### 人群释义 ( 360全网数据 ) :

- 运用360大数据帮助广告主寻找在PC上浏览过与广告主商品库中同类商品的人，并将其跨屏至移动端，可通过360移动流量向其展现广告主的对应商品

### 适合客户 :

- 提供了商品库的客户

### 注意 : ( 选择360全网数据时 )

- 如需使用此功能，广告主必须上传完整的商品库，且保证商品库中有PC商品地址、移动deeplink链接和H5页面
- 此功能会找到一些尚未安装广告主APP的用户，因此建议提前告知广告主需做好如下渠道的监测：H5页面、H5页面指向的下载页、deeplink链接
- 扩展后人群规模较大，对于安装量较小的电商客户来说效果可能不如仅跨屏。

## 自定义人群-扩展人群

基于种子用户的一些共性特征，利用数据挖掘技术找到全网具有相似特征的人群，扩展人群上限30个

投放产品线 ?

PC展示广告  移动广告

---

选定种子人群 ?

人群类型: 广告转化人群 ▼

种子人群: 请选择种子人群 ▼ (推荐选择最近90天的广告转化人群作为种子人群进行扩展)

种子人群规模: 0 人

---

是否包含种子人群

是  否

---

设置扩展人数 ?

推荐扩展量级: 0万

0万

0万 1000万 2000万 3000万

### 当选择为PC展示广告时：

- 种子人群规模需在5000~1000万人之间才能扩展。
- 现阶段最多支持创建30个扩展人群（投放线包括PC和移动，状态包括暂停和生效）。
- 系统会自动统计近90天的广告转化人群，当数据超过5000时，会直接出现在人群选择中（显示：【全部转化人群】），无需客户创建。
- 客户也可在自定义人群中创建广告转化人群，待人群计算完成且符合种子规模，即可用于扩展。
- 系统会根据目前种子人群推荐扩展量级，且光标会自动停留到建议量级处。



## 02

# 自定义人群-扩展人群

基于种子用户的一些共性特征，利用数据挖掘技术找到全网具有相似特征的人群

投放产品线 ?

PC展示广告  移动广告

选定种子人群 ?

人群类型: 文件上传人群

种子人群: test1223

种子人群规模: 5,001 人

是否包含种子人群

是  否

设置扩展人数 ?

推荐扩展量级: 300万 - 500万

300万

0万 1000万 2000万 3000万 4000万 5000万

保存人群

\* 人群库名称: 请输入人群库名称

保存 取消

### 当选择为移动广告时：

- 支持的种子人群类型：文件上传人群和广告转化人群；
- 系统会自动统计近90天的广告转化人群，当数据超过5000时，会直接出现在人群选择中（显示：【全部转化人群】），无需客户创建。
- 系统会根据目前种子人群推荐扩展量级，且光标会自动停留到建议量级处。

### 是否包含种子人群：

- 是：扩展出来的人群包含种子人群，建议拉活客户选择
- 否：货站出来的人群排除种子人群，建议拉新客户使用

Tips：选择文件上传类型的种子人群数量必须高于5000才会显示在种子人群列表中

## 自定义人群-扩展人群

基于种子用户的一些共性特征，利用数据挖掘技术找到全网具有相似特征的人群

自定义人群 智能人群 共享人群

Tips: 小贴士：DMP智能推荐人群是基于您所属行业同类客户的推广经验，以及结合您自身账户推广过的广告落地页、关键词、APP等情况为您量身定制的高价值目标受众。

智能人群 ? 扩展人群 全部人群状态 查询人群名称或人群ID 查询

人群ID	人群名称	人群类型	人群数	流量覆盖人数 ?	编辑时间 ?	数据更新时间	数据计算状态	操作
1975565	lmh扩展人群测试	扩展人群	PC : -- 移动 : --	PC : -- 移动 : --	2018-12-10 15:32:01	2018-12-10	待计算	📄 📊 🗑️ ▶️
1975549	vdfd	扩展人群	PC : -- 移动 : 888	PC : -- 移动 : --	2018-11-07 10:42:03	--	计算完成	📄 📊 🗑️ ▶️
1975548	ocpc放大放大	扩展人群	PC : -- 移动 : --	PC : -- 移动 : --	2018-11-08 11:28:07	--	待计算	📄 📊 🗑️ ▶️
1975547	没回家	扩展人群	PC : -- 移动 : --	PC : -- 移动 : --	2018-12-13 15:49:30	--	待计算	📄 📊 🗑️ ▶️
1975546	过分过分	扩展人群	PC : -- 移动 : --	PC : -- 移动 : --	2018-12-17 16:01:46	--	待计算	📄 📊 🗑️ ▶️
1975545	5555	扩展人群	PC : -- 移动 : --	PC : -- 移动 : --	2018-12-17 14:52:04	--	待计算	📄 📊 🗑️ ▶️
1975543	333	扩展人群	PC : -- 移动 : --	PC : -- 移动 : --	2018-12-17 14:52:04	--	待计算	📄 📊 🗑️ ▶️
1975536	ocpc	扩展人群	PC : -- 移动 : --	PC : -- 移动 : --	2018-12-17 14:52:06	--	待计算	📄 📊 🗑️ ▶️
1975535	dldf	扩展人群	PC : -- 移动 : --	PC : -- 移动 : --	2018-12-17 14:52:07	--	待计算	📄 📊 🗑️ ▶️
1975534	33333	扩展人群	PC : -- 移动 : --	PC : -- 移动 : --	2018-10-23 11:09:26	--	计算中...	📄 📊 🗑️ ⏸️
1975533	推荐就链接连接	扩展人群	PC : -- 移动 : --	PC : -- 移动 : --	2018-10-23 11:09:26	--	计算失败 ?	📄 📊 🗑️ ⏸️

- 如果扩展的人群在计算时，出现了失败的情况，页面中会显示任务进程为“计算失败”，且右侧出现“小问号”图标，鼠标悬停在小问号处，出现提示小气泡，气泡内文案为“可能是由于您的种子数量与线上流量匹配不足导致计算失败，如果此前人群已关联线上投放，则线上仍以之前计算成功的人群为准”

## 自定义人群-特征标签人群

基于用户的基本属性如性别、年龄，以及兴趣爱好，例如购物兴趣、移动APP兴趣等标签规则收集人群

投放产品线 ?

PC展示广告  移动广告

---

基本属性

性别： 不限  男性  女性

阶段： 不限  年龄指定  人生阶段指定

<19  19-24  25-34  35-49  >=50

---

兴趣特征

移动应用兴趣

游戏app ✕ + 修改标签

生活达人

动漫宅 ✕ + 修改标签

购物兴趣

母婴用品 ✕ 手表首饰 ✕ + 修改标签


兴趣组合关系： “或”关系 ?  “和”关系 ?

### 当选择“移动广告”时，

- **基本属性包括：**  
性别和阶段，阶段中年龄指定和人生阶段只能选择一个
- **兴趣特征包含：**  
移动应用兴趣，细分到3级标签  
生活达人，目前只有1级标签  
购物兴趣，细分到3级标签
- **兴趣组合关系：**  
或关系：收集到的人群只需满足其中一个标签  
和关系：收集到的人群需满足所有标签

## 自定义人群-优选人群

基于用户的访问、购买、加购物车等一系列行为，利用数据挖掘技术将高商业价值用户挖掘出来，用于广告定向投放

投放产品线 

展示广告

定向类型

常规定向  个性化重定向

人群规模

\* 人群规模比例： % (请输入1-50之间的数值，建议是20)

保存人群

\* 人群库名称：

保存

取消

- **投放产品线**：目前仅支持PC展示广告的投放。
- **定向类型**：
  - 分为常规定向：指人群只能用来投放常规广告（非动态创意广告）
  - 个性化重定向：指人群只能用来投放动态创意广告。
- **人群规模比例**：指根据算法计算出的高意向度人群，只可输入1-50之间的数值，建议是20。
- **计算时间**：该人群从创建日开始收集，因此人群呈现增长趋势，到达指定时间段后，趋于平稳；人均数据2天后计算完成，如今天创建人群，后天完成计算

Tips：此功能仅在网站布码的前提下生效

02

人群管家-共享人群

03

PART

## 共享人群

此人群是DMP账号间的共享人群，来自其他账号的共享人群可用于本账号的广告定向投放，但不支持在本账号中进行编辑和删除操作

## 自定义人群-共享人群

来自其他账号的共享人群可用于本账号的广告定向投放，但不支持在本账号中进行编辑和删除操作

自定义人群

智能人群

共享人群

主题人群

Tips:

小贴士：DMP账号间的人群共享，来自其他账号的共享人群可用于本账号的广告定向投放，但不支持在本账号中进行编辑和删除操作。

全部人群类型

全部人群状态

查询人群名称或人群ID

查询

人群ID	人群名称	共享来源	人群类型	人群数	流量覆盖人数	操作
1234568184	搜索关键词人群_1	dmp广告测试	搜索关键词人群	PC : - 移动 : -	PC : - 移动 : -	 
1975453	test_del_group_扩展	dmp广告测试	扩展人群	PC : - 移动 : -	PC : - 移动 : -	 
1975451	动态创意	dmp广告测试	人群组合	PC : - 移动 : -	PC : - 移动 : -	 
1975450	覆盖	dmp广告测试	人群组合	PC : - 移动 : -	PC : - 移动 : -	 
1975427	搜索关键词	dmp广告测试	搜索关键词人群	PC : - 移动 : -	PC : - 移动 : -	 

- 共享账户之前需要提供两个共享账户属于同一主体公司的截图证明，然后通过邮件申请账户共享，邮件中需注明：共享账户ID和被共享账户ID



04

PART

## 主题人群

主题人群呈现客户在数据市场中收藏的人群，是DMP为客户提供的分行业、分类别的优质人群。

自定义人群	智能人群	共享人群	主题人群			
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <span>➤ 更多人群</span> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px 5px;">查询人群名称或人群ID</div> </div>						
人群ID	人群名称	一级类目	二级类目	人群数	流量覆盖人数	操作
1975346	信贷意向人群	用户意图	金融类意图	PC : 0 移动 : 0	PC : 0 移动 : 0	
1234568175	人群4	节日	电商节	PC : 0 移动 : 0	PC : 0 移动 : 0	
1234568173	人群2	节日	电商节	PC : 0 移动 : 0	PC : 0 移动 : 0	
1975347	信贷人群 (银行)	用户意图	金融类意图	PC : 0 移动 : 0	PC : 0 移动 : 0	
1234568180	人群10	节日	春节	PC : 0 移动 : 0	PC : 0 移动 : 0	
1234568177	人群6	节日	电商节	PC : 0 移动 : 0	PC : 0 移动 : 0	
1234568182	移动APP人群_1	爱生活	剁手族	PC : 0 移动 : 0	PC : 0 移动 : 0	

- 主题人群来自客户在数据市场中收藏的人群，包含人群名称、人群id、人群所属一级类目、二级类目、人群数、流量覆盖数等
- 用户可以在此处删除不需要的人群，但如果该人群已关联推广组并处于投放状态，则不可删除该人群，需在点睛推广组中取消人群的关联才可在进行删除操作





# 自定义人群-列表展示

人群包列表展示

自定义人群

智能人群

共享人群

主题人群

Tips:

小贴士：DMP全面整合客户第一方数据源与360行为链大数据，提供丰富的行为规则，客户可根据投放需要自定义规则生成人群并用于广告定向投放。

自定义人群



全部人群类型

全部人群状态

查询人群名称或人群ID

查询

人群ID	人群名称	人群类型	人群数	流量覆盖人数	编辑时间	数据更新时间	数据计算状态	操作
1234568182	移动APP人群_1	移动APP人群	PC : -- 移动 : --	PC : -- 移动 : --	2019-05-21 16:15:30	--	待计算	
1234568179	访问URL人群_1	访问url人群	PC : -- 移动 : --	PC : -- 移动 : --	2019-05-16 11:46:34	--	待计算	
1234568166	人群库名称人群库...	LBS人群	PC : -- 移动 : --	PC : -- 移动 : --	2019-05-14 14:22:02	--	待计算	
1234568165	qwe成功	广告点击人群	PC : -- 移动 : --	PC : -- 移动 : --	2019-05-14 10:37:28	--	待计算	
1234568163	只保存人群名称会...	广告点击人群	PC : -- 移动 : --	PC : -- 移动 : --	2019-05-14 12:58:11	--	待计算	
1234568127	游戏氪金族	API上传人群	PC : -- 移动 : 999,999	PC : -- 移动 : 5,665,854	2019-05-21 11:27:06	--	计算完成	

- 人群数：不同投放端的人群数量，当日21:00前上传的人群量级会在次日凌晨一两点左右计算完成。
- 流量覆盖人数：指昨日流量覆盖的人群数，当日21:00前上传的人群，会在次日早上11点左右计算完成。
- 状态：当人群超过15天未被用于投放后，系统会自动暂停对数据的更新。
- 删除人群：点击删除，可删除此人群，如此时线上已关联此人群进行投放，则当天（截止次日数据更新时间）投放仍然生效，自次日起，无法投放。
- 默认自定义人群上限个数为150，如需扩大人群上限，请联系相应的营销顾问或代理支持。



### 人群数：

展示PC和移动在指定时间端内“人群数”的变化情况

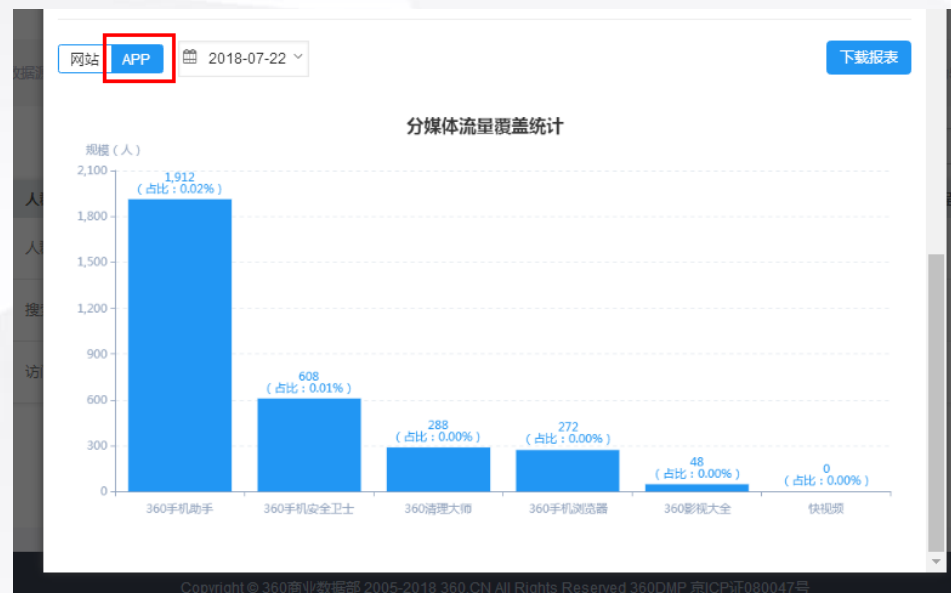
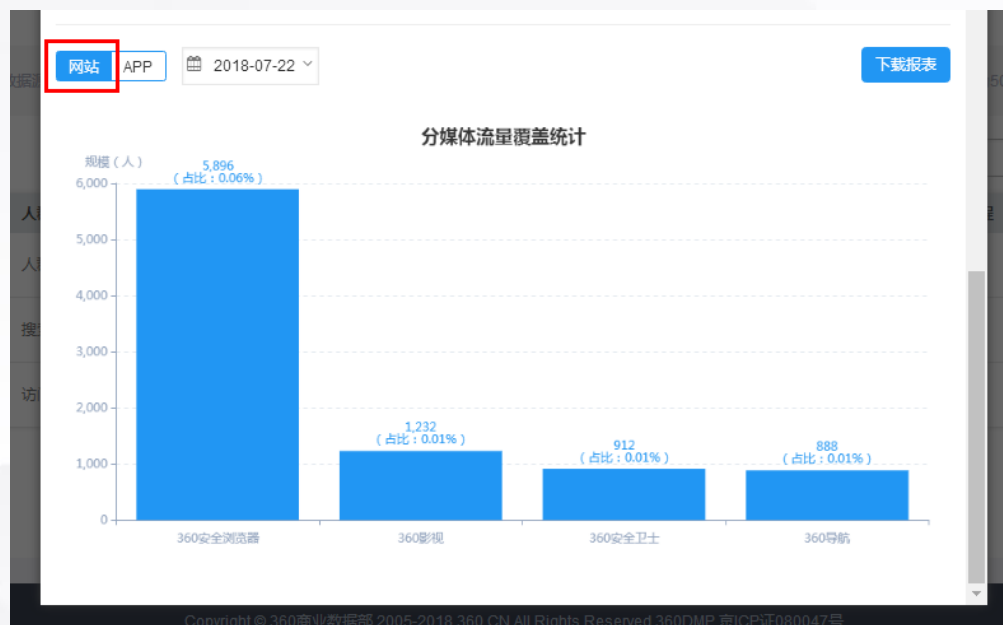


### 流量覆盖人数：

展示PC和移动在指定时间端内“流量覆盖人数”的变化情况

**选择网站：**

可查看PC端既定媒体的某一日的流量覆盖情况，PC端既定的媒体为：360导航、360影视、360安全浏览器、360安全卫士

**选择APP：**

可查看移动端既定媒体的某一日的流量覆盖情况，移动端既定的媒体为：360手机助手、360手机安全卫士、360手机浏览器、360影视大全、360清理大师、快视频

02

DMP产品情况



## 03 人群透视

通过选择一个人群包进行查看，可以详细了解该人群的相关特征分布，为投放提供有效指导

360 DMP可针对已创建的人群进行透视分析，洞察人群基本属性、兴趣偏好等特征的分布情况

新建透视报告

01

选择透视人群

02

自定义报告名称

03

保存

04

人群选择

已选择：游戏行业人群包-核心人群1

请输入人群名称进行搜索

人群名称	数据源	人群规模	操作
游戏行业人群包-核心人群1	移动端	3000557	<input checked="" type="radio"/>
游戏行业人群包-核心人群2	移动端	7000162	<input type="radio"/>
游戏行业人群包-潜在人群	移动端	10000221	<input type="radio"/>
金融行业人群包-潜在人群	移动端	5211255	<input type="radio"/>
金融行业人群包-潜在人群	移动端	5211255	<input type="radio"/>
金融行业人群包-核心人群	移动端	2633267	<input type="radio"/>
金融行业人群包-核心人群	移动端	2633267	<input type="radio"/>
资讯行业人群包-核心人群	移动端	7001011	<input type="radio"/>

共 52 条

注：人群透视分析需要人群满足一定的规模才能够产出结果，规模在一万以下的人群不在可分析的列表中

# 自定义人群-人群透视报告

360 DMP可针对已创建的人群进行透视分析，洞察人群基本属性、兴趣偏好等特征的分布情况

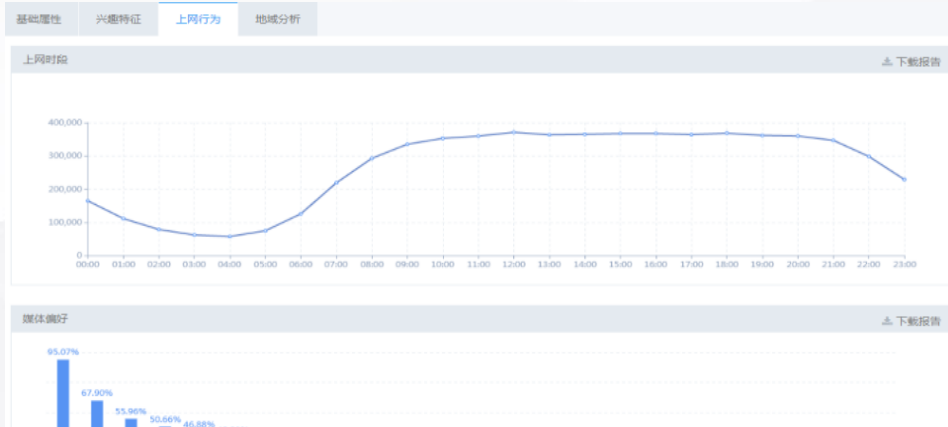


## 基础属性

性别占比，年龄占比，学历占比，购买力占比

## 上网行为

上网时段，媒体偏好，搜索词及排名。



## 兴趣特征

购物兴趣人数占比，通用兴趣人数占比，移动APP兴趣占比

## 地域分析

全国省份分布图，省份排行榜，城市Top20



01

04

02

03

02

DMP产品情况



## 04 效果分析

可查看投放不同人群包投放的效果，多维度的分析可以有效的帮助用户精准定位投放人群

## 自定义人群-效果分析

DMP平台可统计人群的实际投放效果，此处统计的投放数据及转化数据，是以人群维度计算的



- 在线图表：选择某一个人群后，可选择时间区间及不同的维度进行数据分析。
- 默认的维度包含：展现量、点击量、点击率、花费、CPM、CPC；
- 自定义指标包含：下载数、下载率、安装数、安装率、激活数、激活率、激活成本

Tips：选择展示广告，自定义分析指标时，必须在客户的网站部署360分析代码才能统计



DMP平台可统计人群的实际投放效果，此处统计的投放数据及转化数据，是以人群维度计算的

### ➤ 离线分析：

客户可以根据需要，指定要分析的指标，下载特定时间段的分日明细数据，便于做线下的数据分析、报表

### ➤ 选择的指标包括：

- ① 投放指标，包含二级指标
- ② 网页转化指标，包含二级指标
- ③ 移动应用转化指标，包含二级指标

在线图表
离线分析

**Tips:**  
您可以根据需要，指定要分析的指标，下载特定时间段的分日明细数据，便于您做线下的数据分析、报表等。

**选择时间**

昨天   
  最近七天   
  自定义 2018-07-24 至 2018-07-24

**选择指标**

全部清空   
  全部选择

投放指标：

展现量   
  点击量   
  点击率   
  花费   
  CPC   
  CPM

网页转化指标

到达数   
  到达率   
  跳失率   
  订单数   
  订单额

⊕：

ROI   
  注册数   
  注册成本   
  注册转化率

[代码部署](#)

移动应用转化指

下载数   
  下载率   
  安装数   
  安装率   
 ⊕  激活数

标：

激活率   
 ⊕  激活成本

在线图表
离线分析

[+ 新建报表](#)

创建时间	数据时间段	数据指标	任务进程	操作
2018-08-11 15:43:16	2018-08-04 至 2018-08-10	展现量,到达数,ROI,下载数,激活率	未计算	<a href="#">⬇️ 下载报告</a>
2018-05-29 16:49:30	2018-05-22 至 2018-05-28	展现量,点击量,点击率,花费,CPC,CPM,...	未计算	<a href="#">⬇️ 下载报告</a>
2018-05-28 15:34:00	2018-05-27 至 2018-05-27	展现量,点击量,点击率,花费,CPC,CPM,...	计算完成	<a href="#">⬇️ 下载报告</a>
2018-02-26 18:01:54	2017-11-28 至 2018-02-25	展现量	计算完成	<a href="#">⬇️ 下载报告</a>
2018-01-29 11:30:27	2018-01-28 至 2018-01-28	展现量,点击量,点击率,花费,CPC,CPM	计算完成	<a href="#">⬇️ 下载报告</a>
2017-09-11 17:11:21	2017-09-10 至 2017-09-10	点击率,花费	计算完成	<a href="#">⬇️ 下载报告</a>
2017-08-30 11:49:23	2017-08-23 至 2017-08-29	下载数,下载率,安装数,安装率,激活数,...	计算完成	<a href="#">⬇️ 下载报告</a>

03

DMP商品库  
使用指南



## 商品管理

---

360商品库是一站式的商品对接、存储、管理优化和输出应用平台。为广告主在展示、搜索流量投放广告时提供商品物料，便于您在广告投放时展示更加丰富的商品信息，对受众群进行商品推广。

360 商品库 商品管理 商品包 数据对接说明 您好, 点睛广告测试 ▾

您的商品库中已有商品文件: 36 个, 总商品数量: 787,688 件。

新建商品文件

文件 ID	文件名称	上传类型	商品行业	状态	商品数	最近一次更新时间	最近一次更新情况	存量审核时间	存量审核情况	操作	
40252	批量人工审核-mx	手动商品上传	电商	🔄 处理中	0	--:--	成功: 0 报警: 0	失败: 0 审核不通过: 0	--:--	审核不通过: 0	📄   🗑️   📊
40250	test-crm性能	自动文件对接	电商	✅ 导入成功	563,963	2019-03-25 12:03:53	成功: 543,336 报警: 573,788	失败: 0 审核不通过: 30,452	--:--	审核不通过: 0	📄   🗑️   🔄   🔄   📊
40251	手动-描述	手动商品上传	秒杀	⌚ 待处理	0	--:--	成功: -- 报警: --	失败: -- 审核不通过: --	--:--	审核不通过: --	📄   🗑️   📊
40249	京东-毫秒问题	自动文件对接	秒杀	✅ 导入成功	0	2019-03-20 18:55:31	成功: 1 报警: 1	失败: 0 审核不通过: 0	--:--	审核不通过: 0	📄   🗑️   🔄   🔄   📊

- 页面上方展示商品库基本信息：

示例：您的商品库中已有商品文件：36 个，总商品中导入成功商品：787,688 件。

- 文件基础信息：

上传类型：自动文件对接/手动商品上传

状态：待处理（文件正在等待更新）；处理中（文件正在更新）；导入成功；导入失败（可通过后面的提示查看导入失败的原因）

存量审核：每两天执行一次存量商品的审核，可通过提示查看审核不通过的原因

Tips：导入失败是由于必填字段校验失败，所有信息不会更新；报警是选填字段校验失败的提示，单一字段报警不会影响其他字段更新



### 当选择自动文件对接时：

- **文件名称**：填写该文件名称
- **商品行业**：电商，旅游-酒店，旅游-机票，资讯，房产-租房，房产-售房，本地生活，体育直播大电商行业等
- **更新类型**：
  - ① 全量文件：更新时进行全量覆盖，即删除上一次导入商品，并导入最新文件中的商品；
  - ② 增量文件更新时只会新增商品或修改原有商品信息，不会删除上一次导入的商品。
- **更新频率**：可选按小时、天、周更新，默认为按周更新。
- **文件格式**：共两种，无索引xml文件（参考行业数据标准）、有索引sitemap格式文件（<http://product.dop.360.cn/static/download/site-map.xml>）
- **注意**：文件上传没有大小限制，但若商品超过20000条，需拆分成sitemap格式上传
- **申请方式**：请联系相应的营销顾问或代理支持

商品管理 > 新建商品文件

### 新建商品文件

\* 文件名称：

\* 商品行业： [查看电商行业数据标准说明](#)

\* 上传类型： 手动商品上传  自动文件对接

\* 更新类型： 全量  增量

\* 文件地址：

\* 文件格式： 无索引xml文件  有索引sitemap格式文件

\* 更新频率：

\* 更新时间：  若无特别需求，请设为系统选择

## 当选择手动商品上传时：

- **文件名称**：填写该文件名称
- **商品行业**：电商，旅游行业-酒店，旅游行业-机票、资讯（后续将新增房产、教育等）
- **文件格式**：支持Excel/XML
- **文件大小限制**：XML不能大于50M，Excel不能大于10M

- 点击保存后，进入商品管理页面进行手动上传

商品管理 &gt; 新建商品文件

## 新建商品文件

\* 文件名称：

\* 商品行业：

电商行业

查看电商行业数据标准说明

\* 上传类型：

 手动商品上传 ? 自动文件对接 ?

保存

取消

商品管理 &gt; A2

商品文件名称：A2

上传类型：手动商品上传

商品行业：旅游-酒店行业

状态：待处理

最后完成时间：-

最后一次更新情况：成功：-- 失败：-- 报警：--

下载商品文件

上传商品文件

逐条手动上传

请输入商品ID

查询

商品 ID	商品名称	商品价格(¥)	商品图片	一级类目	二级类目	三级类目	审核结果	操作
-------	------	---------	------	------	------	------	------	----

商品管理 &gt; 4.2-机票-文件上传

商品文件名称: 4.2-机票-文件上传

上传类型: 手动商品上传

商品行业: 旅游-机票行业

状态: 导入成功

最后完成时间: 2018-10-02 16:21:43

最后一次更新情况: 成功: 1 失败: 0 报警: 0

下载商品文件

上传商品文件

逐条手动上传

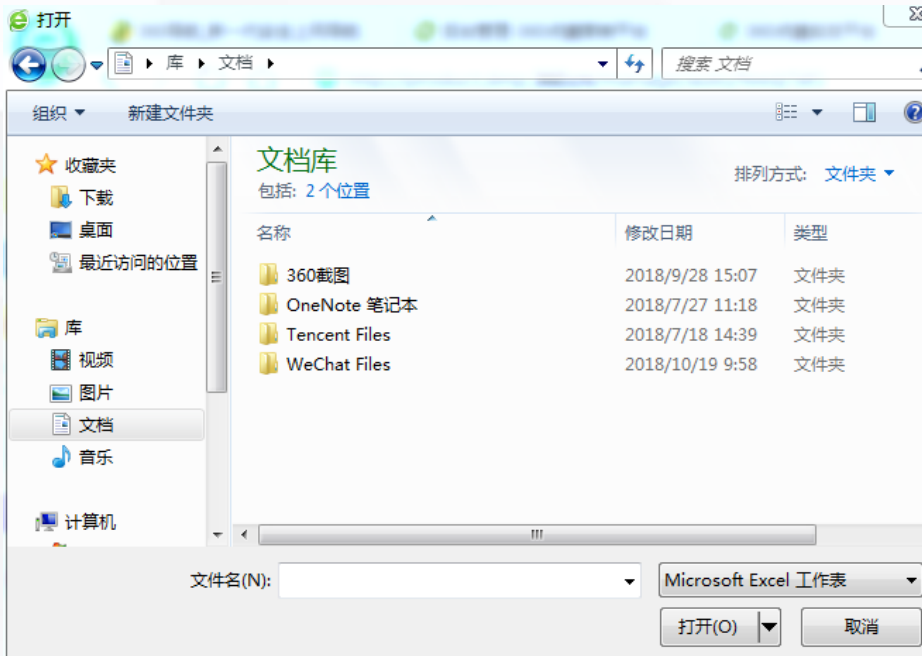
请输入商品ID

查询

商品 ID	商品名称	商品价格(¥)	商品图片	一级类目	二级类目	三级类目	审核结果	操作
-------	------	---------	------	------	------	------	------	----

## 当选择为上传商品文件时：

- 可上传本地的XML和Excel 文件，XML不能大于50M，Excel不能大于10M（相关格式见：<http://product.dop.360.cn/fields>）
- 上传失败的原因：
  - 必填字段没有填写完整
  - 如果两个商品id相同，后上传的会覆盖前上传的商品地址和图片地址必须以Http开头



商品管理 > A2

商品文件名称: A2      上传类型: 手动商品上传      商品行业: 旅游-酒店行业

状态: 待处理      最后完成时间: --      最后一次更新情况: 成功: -- 失败: -- 报警: --

商品 ID	商品名称	商品价格(¥)	商品图片	一级类目	二级类目	三级类目	审核结果	操作

添加商品

商品id:

安卓deeplink地址:

\* 商品名称:

移动端链接地址:

\* 商品地址:

补充图片1:

\* 商品图片:

补充图片2:

商品价格(¥):  元

补充图片3:

### 当选择为逐条手动上传时：

- 必填：商品名称、商品地址、商品图片（当客户商品ID为空时，系统自动为此商品生成一个唯一的商品ID）
- 注意：商品图片格式支持jpg（jpeg）、png或gif，其中jpg、png大小不超过16K，gif不超过1M；尺寸建议为200\*200，可上传更大尺寸，但需保持宽高比1：1；商品URL和图片地址需以http或https开头
- 商品类目可根据广告主特征自定义一、二、三级类目名称，便于做商品包和动态创意时进行筛选
- 可添加最多5张补充图片，补充图片主要用于多图动态创意，可根据人群展现不同的创意





新建商品文件

文件 ID	文件名称	上传类型	商品行业	状态	商品数	最近一次更新时间	最近一次更新情况	存量审核时间	存量审核情况	操作	
40244	4.4.2-插队1	自动文件对接	电商	导入成功	0	2019-03-13 15:17:44	成功: 1 报警: 1	失败: 0 审核不通过: 0	---	审核不通过: 0	    
40243	19688	自动文件对接	电商	导入成功	18,936	2019-03-13 15:17:13	成功: 19,077 报警: 0	失败: 0 审核不通过: 923	---	审核不通过: 0	    

商品文件名称: 19688

上传类型: 自动文件对接

商品行业: 电商

状态: 导入成功

最后完成时间: 2019-03-13 15:17:13

最后一次更新情况: 成功: 19,077 失败: 0 报警: 0 审核不通过: 923

商品ID  请输入信息查询

商品 ID	商品名称	商品价格(¥)	商品图片	一级类目	二级类目	三级类目	审核结果	操作
558037455393	烫台海绵好质量东莞烫棉现货批发针车商行用杂色160密度有孔	17		机械及行业设备	整烫洗涤设备	整烫洗涤设备配件	 	
529812781730	深圳厂家批发GBT91DIN94开口销 (公称φ06MMφ20规格)	0.02		机械及行业设备	紧固件、连接件	销及键	 	

## 商品详情

商品价格 | price

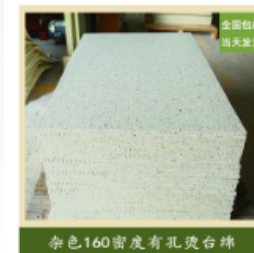
17.00

点击地址 | clickUrl

<http://p4psearch.1688.com/p4p114/p4psearch/offer2.htm?keywords=%E7%83%AB%E5%8F%B0%E6%B5%B7%E7%BB%B5>

图片地址 | imgUrl

[https://cbu01.alicdn.com/img/ibank/2017/752/602/3797206257\\_244108217.400x400.jpg](https://cbu01.alicdn.com/img/ibank/2017/752/602/3797206257_244108217.400x400.jpg)



品牌名称 | bName

桥枫烫绵

整烫洗涤设备配件

站点url | sellerSiteUrl

<http://detailp4p.1688.com/buyer/offerdetail/558037455393.html>

- 点击一个商品文件名称，可进入查看底层商品信息
- 商品信息包括：商品名称，商品id，商品价格，展示图片和类目和审核结果
- 每一个商品均能点击查看或删除，不可编辑
- 列表每页展示20条商品信息，最多展示500页
- 上传完商品后，需要过一定时间商品才能展示在前端页面（逐条上传大约30s内能展示出）

商品管理 > A2

商品文件名称: A2      上传类型: 手动商品上传      商品行业: 旅游-酒店行业

状态: 导入成功      最后完成时间: 2018-10-19 19:16:48      最后一次更新情况: 成功: 5 失败: 3 ? 报警: 0

商品 ID	商品名称	商品价格(¥)	商品图片	一级类目	二级类目	三级类目	审核结果	操作			
注意: 请从第5行开始写投放商品的信息, 务必保留前三行, 不可删除必填字段 (可删除选填字段, 可改写或添加自定义字段)											
商品名称 /pName	商品id/pid	商品价格 /price	pc端链接地址 /clickUrl	移动端链接地 址/mClickUrl	安卓deeplink 地址 /androidDplink	IOSdeeplink地 址/iosDplink	IOSH5地址 /iosH5	图片地址 /imgUrl	补充图片地址 1/imgUrl1	补充图片地址 2/imgUrl2	更多图片地址 3/imgUrl3
商品的名称	商品ID	商品的价格	商品pc链接地址	如投放移动, 请	安卓平台的Deep	iOS平台投放的D	iOS投放的H5地	商品图片的链接	补充图片的链接	补充图片的链接	补充图片的链接
占位符, 内容不解析											
rrrrr	6rrr66jjj	6019	http://hotels.https://m.ctr:ctrip://wirel	ctrip://wirel	https://m.ctr:https://ding0	https://ding0	https://ding0	https://ding0	https://ding0	https://ding0	https://ding0
rrrrr	666jjj	6019	http://hotels.https://m.ctr:ctrip://wirel	ctrip://wirel	https://m.ctr:https://ding0	https://ding0	https://ding0	https://ding0	https://ding0	https://ding0	https://ding0
fda	123121212		http://product.dmp.360.cn/manage/auto/feed/570				http://p6.qhimg.com/t010dde0c262ee958cb.jpg				

**当选择下载商品文件时:** 最多下载1000条 (若商品文件的内容大于1000条时, 随机挑选其中1000条下载), 下载的文件格式与Excel模板相同, 用户可以在下载文件的基础上编辑之后, 直接上传



# 商品包

---

商品包，即通过将商品整合到一起进行投放，商品包的行业陆续上线中



商品库中一共有 8 个商品包，还能新建 192 个商品包（上限 200 个）

我的商品包

共享商品包

Tips:

小贴士：360商品库支持用户按商品特征筛选或直接勾选商品的方式创建商品包。每个账户可以创建的商品包上限为200。

新建商品包 ?

商品包ID	商品包名称	商品行业	状态	创建时间	编辑时间	商品总数	操作
11	0722_过滤	电商	☉ 计算完成	2019-07-22 17:45:51	2019-07-21 17:45:51	3	✎ ✖ 📊
10	0722_直接	电商	☉ 计算完成	2019-07-22 17:31:05	2019-07-22 17:40:11	5	✎ ✖ 📊
9	直接选品测试	电商	☉ 计算完成	2019-07-22 17:28:11	2019-07-22 17:28:11	5	✎ ✖ 📊
8	test_dianshang	电商	☉ 计算完成	2019-07-22 17:26:23	2019-07-22 17:58:07	1	✎ ✖ 📊
7	test_judian	旅游-酒店	☉ 计算完成	2019-07-22 16:35:22	2019-07-22 16:35:22	1	✎ ✖ 📊
5	大电商	大电商	☉ 计算完成	2019-07-19 16:56:21	2019-07-22 16:28:52	1	✎ ✖ 📊
4	test_条件过滤	电商	☉ 计算完成	2019-07-19 16:30:44	2019-07-19 16:30:44	657	✎ ✖ 📊
1	test_ceshi	电商	☉ 计算完成	2019-07-18 15:10:06	2019-07-22 16:20:58	6	✎ ✖ 📊

共 8 条

- 商品包列表包含：商品包id，商品包名称，商品行业，状态，商品总数，创建时间，编辑时间
- 可对商品包进行编辑和删除，商品包最多可创建200个
- 计算状态主要针对按过滤条件选品而来的商品包，从【未计算】到【计算完成】的计算时间在2h以内，计算中的商品包不可投放



**商品行业：**电商、酒店、机票、资讯、房产、本地生活、体育直播、秒杀等

如果没有对应行业的客户请选择【电商】

#### 选择文件：

自定义时：选择框中将出现指定行业下的商品文件，选择文件最多100个；

不限时：包含指定行业下的所有商品文件



#### 选择商品特征：

1. 每个已添加的商品特征不能为空,且多值上限为30个

2. 不添加商品特征条件表示不对商品特征做限制。

3. 所有商品特征之间取交集，目前最多支持添加5个商品特征



添加商品

商品ID  查询

您已添加 4 个 (最多可添加100条)

商品图片	商品名称	商品价格 (¥)	操作
	空气清新剂固体芳香...	5.88	
	【疯狂促销40支/...	16.8	
	正品杀虫气雾剂花卉...	9.5	
	中码3层*360张...	23.9	
	百草堂百消育正品药...	11.5	

共 10000 条 上一页 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ... 2000 下一页

保存 取消

### 添加商品：

- 可通过商品名称、商品ID、类目、品牌来进行商品筛选
- 选品的内容展示为指定行业的商品，最多展示20000条商品，最多可直接选品100条商品
- 如果筛选内容是中文，则可进行模糊搜索；如果内容是英文，必须是完全一致，才能检索出商品

商品行业

电商

选品方式

按过滤条件选品  直接选品

商品列表

添加商品

已添加商品列表 (最多可添加 100 条)

商品ID	商品图片	商品名称	商品价格 (¥)	操作
264030577		【8.9元限时抢, 抢完恢复10.9元...	8.9	
586021245		百草堂百消育正品药膏止痒皮肤...	11.5	
8531291587		正品杀虫气雾剂花卉杀虫剂喷雾...	9.5	
5413146221		空气清新剂固体芳香剂厕所除臭...	5.88	

保存商品包

\* 商品包名称:

保存 取消

新建商品包



商品包ID	商品包名称	商品行业	状态	创建时间	编辑时间	商品总数	操作
64	SSSS	电商	未计算	2019-04-28 14:24:09	2019-04-28 14:24:09	0	

商品包 > 编辑商品包

商品行业  
电商

选品方式  
 按过滤条件选品  直接选品

商品列表  
 添加商品

已添加商品列表 (最多可添加 100 条, 当前已添加 6 条: 状态正常 5 条, 审核拒绝 0 条, 已删除 1 条)

商品ID	商品图片	商品名称	商品价值 (¥)	商品状态	操作
15116901748	--	--	--	已删除	
16059126532		数据线一拖三安卓3a加长type...	58.62	正常	
14998936890		手机vivo充电宝oppo华为超薄可...	79.8	正常	
15849643430		vivo y71v3max/y55a/y51a/nex/y8...	9.98	正常	
11850488607		王者荣耀游戏手柄吸盘摇杆主位...	9.33	正常	
4788078485		vivo y37手机壳女款vivi Y37A保...	15.8	正常	

按过滤条件选品

商品包 > 编辑商品包

商品行业  
电商

选品方式  
 按过滤条件选品  直接选品

选择商品文件  
 不限  自定义

添加商品特征

选择商品特征:

pName | 商品名称

category | 一级类目

直接选品

- 点击商品包列表的“编辑”按钮，可查看目前的选品方式。如果选品方式为直接选品，则可对已选商品进行删除，并添加新的商品；如果选品方式为按过滤条件选品，则可查看目前的过滤条件，并可对条件进行增加、删除和编辑
- 点击商品包“图表”按钮，可以查看该商品包的不同字段填充率。



新建商品包 ?

商品包ID	商品包名称	商品行业	状态	创建时间	编辑时间	商品总数	操作
11	0722_过滤	电商	计算完成	2019-07-22 17:45:51	2019-07-21 17:45:51	3	  
10	0722_直接	电商	计算完成	2019-07-22 17:31:05	2019-07-22 17:40:11	5	  



商品包 > 0722\_直接

商品包名称: 0722\_直接  
状态: 计算完成

选品方式: 直接选品  
计算完成时间: 2019-07-22 18:04:12

商品行业: 电商  
商品总数: 5 正常: 1 审核拒绝: 2 已删除: 2

商品ID  查询

商品ID	商品名称	商品价格(¥)	商品图片	一级类目	二级类目	三级类目	商品状态	操作
0722_shoudong_05	0722_shoudong_05	--		--	--	--	正常	
0722_shoudong_04	--	--	--	--	--	--	已删除	--
0722_shoudong_03	0722_shoudong_03	--		--	--	--	审核拒绝	
0722_shoudong_02	--	--	--	--	--	--	已删除	--
0722_shoudong_01	0722_shoudong_01	--		--	--	--	审核拒绝	

### 查看商品包详情:

- 点击商品包名称, 进入商品包详情页面
- 商品包详情页中包含所选商品的ID、名称、价格、图片、类目、状态, 可查看, 不可编辑
- 商品状态3种: 正常、已删除、审核拒绝, 只有状态为正常的商品可投放
- 可根据商品ID, 名称, 类目查询该商品包中的商品



商品库中一共有 17 个商品包，还能新建 183 个商品包（上限 200 个）

我的商品包

共享商品包

Tips:

小贴士：商品库账号之间的商品包共享,来自其他账号的共享商品包,可用于本账号的广告投放,但不支持编辑和删除操作。

商品包ID	商品包名称	商品行业	状态	共享来源	商品总数	操作
54	test111	电商	⊙ 计算完成	霍大谷测试	1	<a href="#">📊</a>
53	test_090933	电商	⊙ 计算完成	骆驼祥子测试	1	<a href="#">📊</a>
52	test_933333	电商	⊙ 计算完成	骆驼祥子测试	1	<a href="#">📊</a>
51	test_99333	电商	⊙ 计算完成	骆驼祥子测试	1	<a href="#">📊</a>
50	gaga	电商	⊙ 计算完成	骆驼祥子测试	1	<a href="#">📊</a>
49	test_93444	电商	⊙ 计算完成	骆驼祥子测试	1	<a href="#">📊</a>

- 当该账户作为被共享账户接收商品包后，即可查看到被共享过来的商品包信息
- 共享的商品包信息包括：商品包ID，商品包名称，商品行业，状态，共享来源和商品总数，并可查看该商品包不同字段的填充率
- 目前商品库中可见的商品包共享仅限于移动投放
- 商品包的共享操作请联系对应的营销顾问或代理支持

04

Q&A



Q：360 DMP服务面向哪些客户开放？是否需要新注册账号？

A：目前面向全部点睛客户开放（需账户生效），直接使用点睛账号登陆即可。

Q：人群共享的条件是什么，可以把哪些人群共享到指定账户？

A：必须是同一公司主体下的账户才能共享，可以把部分智能推荐人群、全部自定义人群、全部私有人群共享到指定账户。

Q：创建完个性化重定向人群后，如何在点睛中投放动态创意？

A：首先需要在点睛中创建投放组，投放组中选择360人群管家，选择动态创意人群（即个性化重定向人群），然后在创意选项中勾选动态创意，按需填写内容



Q：360 DMP的性别、年龄、收入等标签是按照什么规则生成的？

A：PC主要是依靠用户的浏览行为（如访问军事网站的多为男性，频繁预定机票的多为高消费群体），移动主要是依靠用户的软件安装使用行为（如安装使用母婴类APP的多为孕期或者孕龄女性）。

Q：为何创建完人群后，第二天显示人群数为0？

A：情况1：人群数确实计算得到0（如设置的URL为最底层URL导致人群收集很少或者收集不到）。情况2：数据延迟，此类情况需再等一天可得人群数。

Q：申请开通个性化重定向中的全网商品智能数据源的条件是什么

A：1.无法实现部码360分析的客户。2.商品库中的商品地址主域名为大型电商网站。



Q：点睛投放中，投放组可根据兴趣特征、关键词、类目定向等筛选人群，这和DMP创建的特征标签、关键词人群等有什么区别？

A：人群筛选上没有任何区别，原理相同，不同的点在于：1.投放组直接筛选是通过实时条件对人的判断来投放，DMP是收集指定有效时间内的人群来投放。  
2.DMP可以有更细的筛选条件，并可以做人群分析。。

Q：商品导入失败的原因有什么？

A：1.必填字段未填写。2.价格字段非数字。3.商品ID、名称超过200字符限制；商品名称含有\r,\n,\t,\u0001\u0002\u0003非法字符。4.商品链接url与主域不一致

Q：访问URL人群中的模糊匹配和精确匹配有什么区别

A：不论模糊/精确匹配，都会收集指定URL及其子页面的人群。区别：1.模糊匹配将会收集所有访问子域名及子页面的人群。2.精确匹配将会收集所有访问主域及子页面的人群。

Q：上传商品后，为何一直显示处理中？

A：1. 早上商品更新量巨大导致上传的商品要到中午以后才能入审核。2. 商品的点击地址和图片地址没有以HTTP或者HTTPS开头。3. 商品的图片文件过大导致无法压缩至媒体要求的大小。

Q：360 DMP的人群更新时间和流量覆盖更新时间是什么时候？

A：21点之前完成创建或更新的人群，次日12点可查看人群数，其中优选人群需后日（多一天）12点可查看人群数，流量覆盖人群数更新顺延4-8小时。

Q：创建商品包后显示未计算，从未计算到计算完成大约需要多久？

A：未计算和计算中只会出现在按过滤条件选品的商品包中，系统需要排队进行计算，大约需要2h。



THANKS !